



Moisés de Lemos Martins & Manuel Pinto (Orgs.) (2008)  
*Comunicação e Cidadania - Actas do 5º Congresso da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação*  
6 - 8 Setembro 2007, Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (Universidade do Minho)  
ISBN 978-989-95500-1-8

---



## **Cambios en los hábitos comunicativos de los alumnos y alumnas malagueños. De la comunicación analógica a la digital**

ANA JULIA GÓMEZ GÓMEZ, MARÍA SALUD GARCÍA ORDÓÑEZ

*Facultad de Ciências de la Comunicación de Málaga, Junta de Andalucía de Educación Primária*

### **Resumo:**

El informe que se presentará en la comunicación es parte de la investigación que se está llevando a cabo a través del programa de investigación aprobado por la Junta de Andalucía titulado "Imagen fija, comunicación masiva y mudanza digital. El caso andaluz". Se presentará un material que, a modo de herramienta, nos ha posibilitado conocer de primera mano, los hábitos, prácticas y usos que hacen de los medios audiovisuales, de las telecomunicaciones y de las nuevas tecnologías los niños y adolescentes de Andalucía. En el caso que expondremos en la comunicación, nos ceñiremos a los resultados que hemos obtenido en los estudiantes de Educación Primaria (E.P.) y primer y segundo curso de Educación Secundaria Obligatoria (E.S.O.) de la ciudad andaluza de Málaga (España), con edades comprendidas entre los 6 y 15 años.

Con nuestro estudio hemos confirmado como desde niveles iniciales de la enseñanza primaria los alumnos no solo muestran un gran interés en el uso de las nuevas tecnologías y, más concretamente, en el software y en Internet, sino que además tienen una mayor capacidad que sus docentes para usarlo. La necesidad de un nuevo panorama educativo, donde tenga lugar una incorporación masiva de los centros al software libre y a las plataformas en la que distintos proyectos educativos comparten los beneficios de un mismo trabajo mediante la conexión a la red, se hace ineludible.

A sabiendas de lo difícil que resulta esta incorporación de la que hablamos, entre otras cosas por la negativa de un gran sector del profesorado a engancharse al avance, por miedos o por desidia, no podemos hacer la vista gorda ante un autoaprendizaje, por parte de nuestros jóvenes, incorrecto y falto de contenidos verdaderamente interesantes, resultado de los intereses de las grandes empresas de comunicación.

A la vista de los resultados que hemos obtenido<sup>1</sup>, el alumnado está mediática y tecnológicamente bastante bien equipado en casa, haciendo uso de ello muchas veces en solitario. Sin embargo, esta situación en las casas no se corresponde con el equipamiento que encontramos en los centros educativos, paradójicamente, lugar de formación integral de la persona. El acceso a Internet de los centros no TIC es minoritario, ciñéndose, en la mayoría de los casos, a su uso para tareas administrativas. Y está por ver (es algo novedoso, al menos en Andalucía) si el acceso a la red por parte de los centros TIC se limita a un simple soporte de los recursos educativos en vez de a algo más amplio.

### **Palavras-chave:**

cambio digital, centros TIC, alfabetización mediática y tecnológica.

---

<sup>1</sup> Porcentajes concretos en la comunicación.

## 1. Presentación

El informe que a continuación se presenta, es parte de la investigación que se está llevando a cabo a través del programa de investigación aprobado por la Junta de Andalucía titulado *Imagen fija, comunicación masiva y mudanza digital. El caso andaluz*.

Entre los distintos objetivos que nos hemos marcado para obtener las conclusiones de nuestro trabajo, hay uno que es el que expondremos pormenorizadamente en estas líneas. Se trata de presentar un material a modo de herramienta que posibilite conocer, de primera mano, los hábitos, prácticas y usos que hacen de los medios audiovisuales y las telecomunicaciones los niños y adolescentes de Andalucía. En el caso que expondremos a continuación, nos ceñiremos a los resultados que hemos obtenido en los estudiantes malagueños de Educación Primaria y primer y segundo curso de Secundaria obligatoria, con edades correspondientes entre los 6 y 15 años.

La metodología básica, que se ha utilizado en la investigación se divide en tres apartados. En primer lugar, el estudio de la bibliografía más reciente sobre el área de conocimiento expuesto. En segundo lugar, un profuso trabajo de campo, que consideramos la parte esencial de la labor realizada y, por último, el análisis y estudio de los resultados obtenidos del trabajo de campo.

Respecto al trabajo de campo, que es en el que nos vamos a centrar a continuación, debemos indicar que ha sido laborioso y exhaustivo y que su ejecución ha tenido, a su vez, dos pasos.

El inicial ha sido una selección de los niños y adolescentes con los que íbamos a trabajar. Este punto lo consideramos de suma importancia, ya que a través de ellos conseguíamos la muestra de estudio, obteniéndola de las encuestas que les íbamos a pasar. De dichas resultas, posteriormente, elaboraríamos un informe.

La clasificación de los muchachos y muchachas, se hizo estudiando las características socioculturales y económicas de los centros educativos en los que cursan estudios. Para ello, elegimos una serie de colegios públicos y colegios privados buscando un alumnado perteneciente a una clase social que oscilara entre la clase media, la media baja y la clase media alta.

El paso posterior, fue elaborar una encuesta. Se trata de una encuesta anónima de cuarenta y tres preguntas que las dividimos en cinco apartados titulados:

- a. *Datos personales*
- b. *Sobre Aparatos Electrónicos*
- c. *Sobre Televisión*
- d. *Sobre Vídeo y DVD*
- e. *Sobre Ordenador.*

La cata total, sólo referida a Málaga se ha hecho sobre 800 alumnos, que oscilan entre los 6 años y 18 años. Aunque, los resultados que vamos a ofrecer, en las siguientes líneas, se ciñen únicamente a las encuestas pasadas a 300 alumnos de Educación Primaria y los dos primeros cursos de Secundaria Obligatoria, de edades comprendidas entre 6 y 15 años. El resto de resultados todavía está en vías de ejecución.

Una vez concluido el trabajo de campo, los datos extraídos los hemos volcado en una rejilla de vaciado. Esto responde al fin de ordenar los resultados para realizar el análisis que nos permita conocer de manera, cuantitativa y objetiva, los hábitos y usos sobre las tecnologías audiovisuales e informáticas que tienen los niños y adolescentes.

## 2. Introducción

En la actualidad, parece bastante claro que los medios de comunicación se han apoderado de una parcela de la educación y se presentan como un medio que resuelve, al menos en parte, el

proceso para transmitir el bagaje cultural de una comunidad o grupo social a fin de perpetuar su propia existencia y su continuo desarrollo.

Llevamos ya décadas en la que los medios de comunicación son protagonistas en la economía industrial y forman parte prioritaria de las lógicas financieras e industriales. La tendencia general es focalizar su interés en el aspecto del entretenimiento, como oferta de baja exigencia que tienda a fidelizar a la masa crítica de audiencia que garantice unas buenas condiciones de acceso al mercado publicitario.

De forma que se ha propiciado un abandono, consciente o inconsciente, de la calidad de las funciones de informar y formar. Sin embargo, tal desidia no implica una desaparición de las funciones, que siguen produciéndose en el público, sino una posible variación en sus efectos.

Los medios de comunicación, y en especial la televisión, nos han cambiado la forma de percibir el mundo y han alterado nuestras costumbres, formas de vida, de diversión, incluso se han hecho con un espacio importante dentro de los hogares. Además, como señala Brzenzinsky, los medios de comunicación y principalmente la televisión, lo sepa o no quién la hace, tiene una función educativa que está sustituyendo, en gran medida, a la familia y a la escuela.

Pero a día de hoy, hemos de decir que la televisión está cediendo terreno en dicho protagonismo, ya que hay otros responsables en los nuevos y profundos cambios que se han implantado en nuestros hábitos de relación y comunicación. Se trata de la incorporación de las nuevas tecnologías y del cambio de los sistemas analógicos al digital en el uso doméstico, familiar, lúdico y de relación social de un amplio espectro social que a diario lo utiliza.

Cómo ejemplo podemos mencionar que los españoles leen cada vez más prensa on-line, se revela que dos de cada tres internautas (60,9%) lee el diario en Internet, de los cuales la mayoría tienen entre 18 y 44 años<sup>2</sup>.

Así las cosas, nos encontramos que en menos de una década el mercado nos ofrece a la ciudadanía la posibilidad de consumir una cantidad de tecnología impensable hasta hace muy pocos años, y no solo eso, sino que nuestros niños y jóvenes son los más interesados y ávidos usuarios.

Las industrias internacionales del sector de la imagen y del sonido, han venido trabajando, durante los últimos veinte años, con otras industrias, y concretamente con las pertenecientes al sector informático, con el fin de producir nuevos artículos y accesorios digitales. Tenemos claro que el principal objetivo de la industria audiovisual es el del mercado. Y el mercado se rige por unas reglas de beneficio económico en donde únicamente se persigue la obtención de los más rentables y lucrativos resultados financieros.

Por todo ello, es lógico que en la actualidad se encuentre al alcance de cualquier ciudadano de clase media el uso de los más recientes y sofisticados teléfonos móviles o de cámaras digitales fotográficas y de vídeo; así como de las consolas con los videojuegos más refinados y realistas tanto en la imagen como en el sonido, y los últimos ordenadores con la conexión más rápida a Internet para utilizar el Messenger, chatear, intercambiar opinión a través de una web-blog, obtener información o bajarse música, juegos y películas.

Además, los nuevos medios *on-line* o *multimedia* se están instalando, dentro de las sociedades modernas, en los diferentes campos: salud, educación, administración, planificación estratégica, negocios, empresas, etc.

En relación con la educación pueden y deben ser estudiados desde diferentes puntos de vista pero hay dos sobre los que nos podemos detener. Por un lado, se nos presentan como instrumentos a conocer, estudiar y analizar dentro de las escuelas e institutos. Los *mas media* no dejan de ser una herramienta más para el currículo escolar y cultural. Por lo tanto, el análisis fílmico, el análisis de la

---

<sup>2</sup> Véase el estudio elaborado por Media Contacts, durante marzo 2007. <http://www.elperiodico.com>.

imagen, la utilización de la radio, de cámaras de vídeo o de los laboratorios de fotografía y de la imagen digital son soportes que se han comenzado a utilizar en los centros educativos con el fin de que los alumnos puedan conocer, por un lado, la morfología y la sintaxis de estos nuevos medios de expresión y, por otro, puedan desarrollar una capacidad crítica, analítica y reflexiva, ante unos medios muy fuertes, capaces de transmitir y generar opinión.

Pero observamos que existe un tercer punto, que ha aparecido, y en el que los docentes se muestran asombrados. Nos referimos a que los jóvenes van por delante de los educadores, en un 50%, en el uso de los nuevos medios *on-line*.

Adelantando resultados de las conclusiones obtenidas en nuestra investigación, hemos resuelto que se produce un desfase entre la dotación que tienen las escuelas y las que poseen los niños en sus hogares. Al igual que los usos que a diario hacen los muchachos en casa – como veremos a continuación con carácter lúdico, pero también como medio de socialización y de búsqueda de información y de conocimiento- y el poco uso, y a veces aprecio, que tienen los educadores por las nuevas tecnologías. Un alto porcentaje de profesores se muestran reacios a aplicar los nuevos métodos en el aula y temen que se tengan que desprender de las técnicas tradicionales de enseñanza.

### 3. Utilización de las TIC por el alumnado de Málaga

En este capítulo estudiamos el equipamiento que poseen los niños y adolescentes para su uso individual o familiar.

Generalmente se trata de un material informático y audiovisual comprado por los padres, sin entrar a valorar el modo de financiación que utilizaron para su adquisición.

Consideramos que antes de centrarnos en los datos obtenidos sobre el equipamiento del hogar, es interesante mencionar el programa “*En el Aula*” (2005-2008), proyecto que con la colaboración de la Comunidades Autónomas, Ministerios de Educación, Industria, Turismo y Comercio y la Empresa Pública Red.es, vino a sustituir a “*En la Escuela*”.<sup>3</sup> Dicho programa tiene una sección en la que contempla la financiación al 0% de la adquisición de ordenadores por parte de familias con hijos escolarizados. La realidad es que es un dato que los alumnos normalmente desconocen cuando se les pregunta en las encuestas. Tan poco nos parecía que era excesivamente relevante para nuestros objetivos, ya que nosotros nos planteamos conocer el equipamiento y el uso que hacen de las nuevas metodologías en el ámbito privado y familiar, desligándolo de los centros educativos.

Pero puede ser significativo para el lector, conocer datos específicos del equipamiento que se posee en los centros educativos para posteriormente poder compararlos con el que nosotros demos del equipamiento familiar.

Así, según las cifras aportadas por el Ministerio de Educación y Ciencia la media en España, durante el curso 2003-2004 es de 11,2 alumnos por ordenador<sup>4</sup>, número a todas luces muy alto para ser realmente operativo el aprendizaje, por lo que el Gobierno se ha planteado bajar para el año 2010 a una ratio de 2 alumnos por ordenador. De cualquier forma, debemos indicar que existen notables diferencias entre comunidades. Por ejemplo, mientras que Extremadura tiene la mejor ratio nacional con 2,9 alumnos por ordenador<sup>5</sup>, hay nueve comunidades autónomas que superan la cifra de

<sup>3</sup> Para todos estos datos se puede consultar el *Informe Anual sobre el desarrollo de la Sociedad de la Información en España. España 2006*. Ed. Fundación France Telecom España. Madrid 2006.

<sup>4</sup> Opus. Cit.. Pag. 48.

<sup>5</sup> La Comunidad Autónoma extremeña supo acogerse al *Programa Red Tecnológica Educativa* desde un inicio y por ese motivo presenta la ratio nacional mas baja.

11,2 alumnos por cada ordenador. El caso de Andalucía resulta la peor parada a nivel nacional, ya que los informes nos indican que asciende a 20,5 alumnos por ordenador<sup>6</sup>. Ante esta situación, la comunidad andaluza en el año 2003 inició el *Proyecto And@red* que estaba incluido en las *Medidas de Impulso de la Sociedad del Conocimiento en Andalucía* para facilitar el acceso a las TIC en los centros educativos. Para resolver las deficiencias que presentaba durante los cursos 2003-2004 y 2005-2006 creó 543 Centros TIC, dotándoles de una infraestructura en donde se destaca el de un ordenador por cada dos alumnos, equipados con el sistema operativo *Guadalinex*. También se tuvo en cuenta el reciclaje de los profesores, así como la puesta al día en servicios de administración y dirección del centro, como en el resto de la conformación de la estructura escolar: biblioteca, asociación de padres y madres, etc.

Una vez hecha esta apreciación, pasaremos a presentar los resultados cuantificables obtenidos de la rejilla de vaciado en el apartado sobre el material informático y audiovisual que los niños tienen en sus hogares y que habitualmente utilizan.

### *3.1. Dotación de material audiovisual e informático en los hogares del alumnado malagueño de 6 a 15 años.*

La muestra se ha hecho con 300 niños pertenecientes a una clase media baja y clase media y clase media alta los niños oscilan entre las edades indicadas. Para la realización de las encuestas, se ha pedido a los padres de los más pequeños que les ayuden en casa a completar los datos.

#### *3.1.1. Sobre los Aparatos Electrónicos*

En este apartado les hemos pasado un cuestionario buscando la información más completa sobre la posesión y uso de los aparatos electrónicos de uso doméstico: televisores, reproductores de vídeo, DVD, ordenador, telefonía móvil, cámara digital fotográfica, cámara de vídeo, Mp3, I-pod, reproductores de audio y consolas de videojuegos.

##### *3.1.1.1. Televisión*

Para que sirva de ejemplo, del modo que hemos presentado la encuesta, a continuación mostramos tres de las 12 preguntas que con sus posibles respuestas les hemos preguntado a los niños. Han sido enfocadas para conocer el equipamiento que tienen y el uso que hacen de este medio de comunicación. Y por otro lado, también, les hemos hecho un cuestionario para conocer los programas que más ven y los que más les gustan.

*¿Cuántos televisores tienes en casa?,* las respuestas podían ser:

- a) ninguno*
- b) uno*
- c) dos*
- d) tres o más de tres.*

*¿En qué habitaciones están los televisores de tu casa?,* las respuestas podían ser:

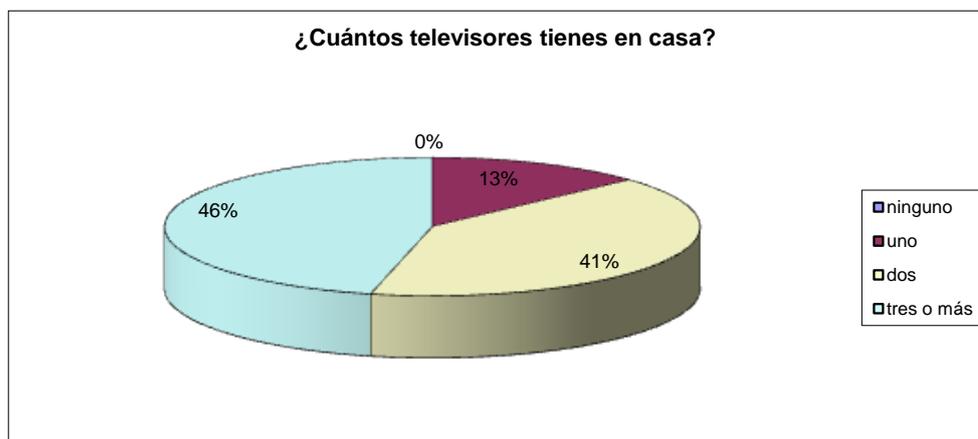
- a) salón*
- b) cocina*
- c) dormitorio padres*
- d) dormitorio hermanos*
- e) mi dormitorio.*

---

<sup>6</sup> Datos obtenidos a través de eEspaña 2006 a partir del MEC, año 200-2004.

¿A que hora ves la televisión en tu casa?, las respuestas podían ser:

- a) por las mañanas antes de ir al colegio
- b) cuando vengo del colegio
- c) solo un rato por la tarde
- d) por la noche
- e) los días de diario no veo la tele.

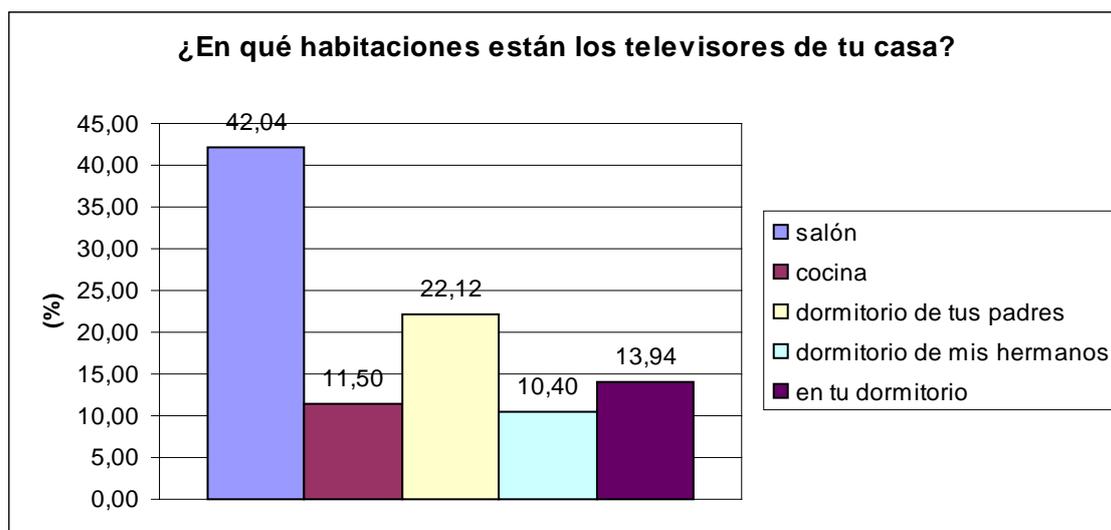


Gráfica 1

Si tenemos en cuenta el equipamiento como vemos en la gráfica 1, el resultado es que algo más del 46% tienen tres o más de tres televisores en casa.

Si tenemos en cuenta que las familias estudiadas por término medio están compuestas de los padres y dos hijos, es decir, cuatro miembros en la familia, y que las viviendas que habitan tienen cocina, sala de estar, tres dormitorios y baño, podemos deducir que el 46% de los hogares tienen casi 1 televisor por cada miembro de la familia.

El orden de ubicación de los televisores es, como vemos en la gráfica 2, en primer lugar en la sala de estar, después en el dormitorio de los padres y en tercer lugar el dormitorio de los hijos, teniendo el dormitorio de los hijos mayores prioridad sobre el de los más pequeños. Los que tienen cuatro televisores lo habitual es que lo coloquen en la cocina o en el cuarto de los hijos más pequeños. Comprobamos que el 13,94% de los niños menores de 15 años tienen un televisor en su dormitorio y un 10,40% en el dormitorio de sus hermanos.



Gráfica 2



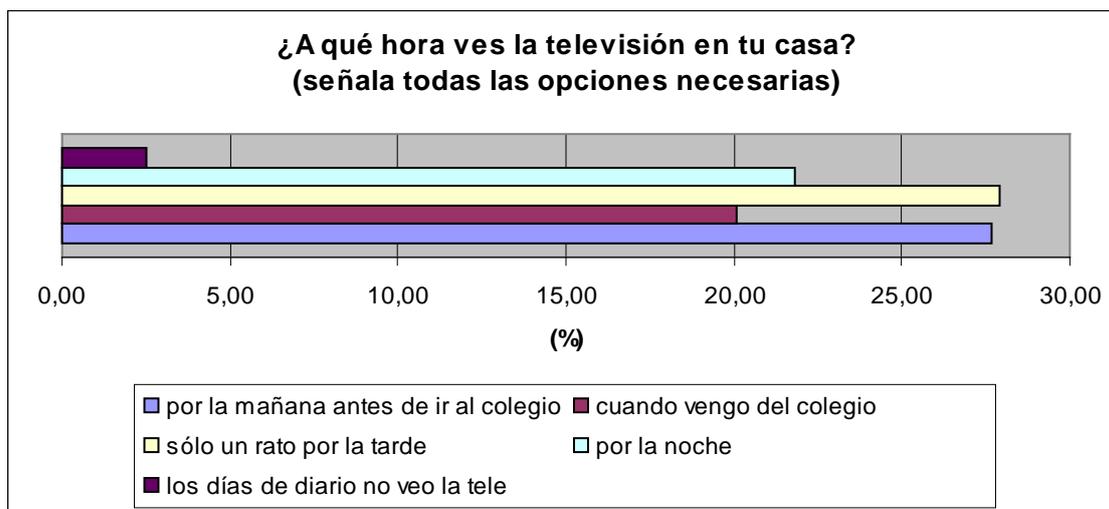
Gráfica 3

Según el uso que se le da a la televisión, estos resultados nos hacen pensar que muchos niños tienen la posibilidad de elegir el programa y verlo solos. Efectivamente, los resultados nos indican que el 13,94% de los niños menores de 15 años tienen un televisor en su dormitorio y, como observamos en la gráfica 3, un 30,52% que la ven solos o con algún niño de su edad, normalmente hermanos, vecinos o amigos. Por el contrario, y mucho más educativo y responsable, parece que casi un 70% de los niños y jóvenes ve la televisión con las familias. También es importante conocer que un porcentaje de casi un 7%, de niños ve la televisión mientras estudian (Gráfica 4).



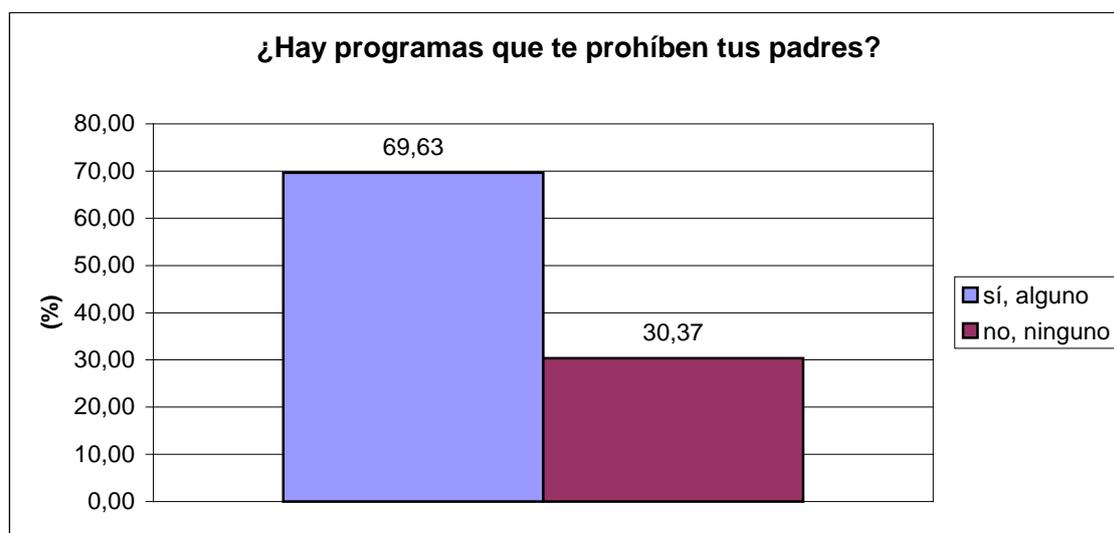
Gráfica 4

No debemos olvidar que ver la televisión es ya un hábito diario establecido dentro de las familias. A la luz de los resultados que nos muestra la gráfica 5 nos encontramos que el 97,46% de los niños ven todos los días la televisión y sólo hay un 2,54% que la ven únicamente los fines de semana.



Gráfica 5

Respecto a la permisividad de los padres debemos indicar que el resultado que vemos en la gráfica 6 es sorprendente. Más de un 30% de niños entre 6 y 15 años han respondido que no hay programas que sus padres les prohíban ver.



Gráfica 6

Si a estos datos unimos que las cadenas estatales españolas, excepto *La 2* de Televisión Española, no siguen los Códigos de Autorregulación establecidos en referencia a contenidos y a horarios, nos encontramos que el problema está servido.

Es importante recordar que el Código de Autorregulación se firmó en el año 2004 entre el Gobierno y las televisiones estatales, pero el Observatorio de Contenidos Televisivos y Audiovisuales (OCTA), plataforma compuesta por más de treinta asociaciones de espectadores, sindicatos y organizaciones sociales, denunció el 6 de marzo, que las televisiones estatales continúan emitiendo programas en horario protegido para los menores (de 8 a 9 de la mañana y de 5 a 8 de la tarde), con temas y presentaciones totalmente inadecuados<sup>7</sup>.

Así nos encontramos, que a la hora de la merienda todas las cadenas menos, como hemos indicado *La 2*, emiten magazines del corazón, o programas realidad con una alta carga de contenidos agresivos, con referencias a infidelidades, mentiras, traiciones, comportamientos sexistas, imágenes explícitas y repetitivas de sexo, además de un pseudo debate de carácter verbal, donde prima el tono violento, agresivo e irrespetuoso. De manera que los niños comen el bocadillo a la vez ven programas llenos de información inadecuada, con un alto porcentaje de morbo.

A esta información, añadimos otro dato que nos parecía necesario conocer para ir completando el mosaico sobre los usos y comportamientos de los niños. Nos interesó saber a que hora se acuestan los jóvenes los días de diario. A través de nuestra encuesta nos encontramos en la gráfica 7 que hay un porcentaje del 15,10% que se van a la cama después de las 11 de la noche.

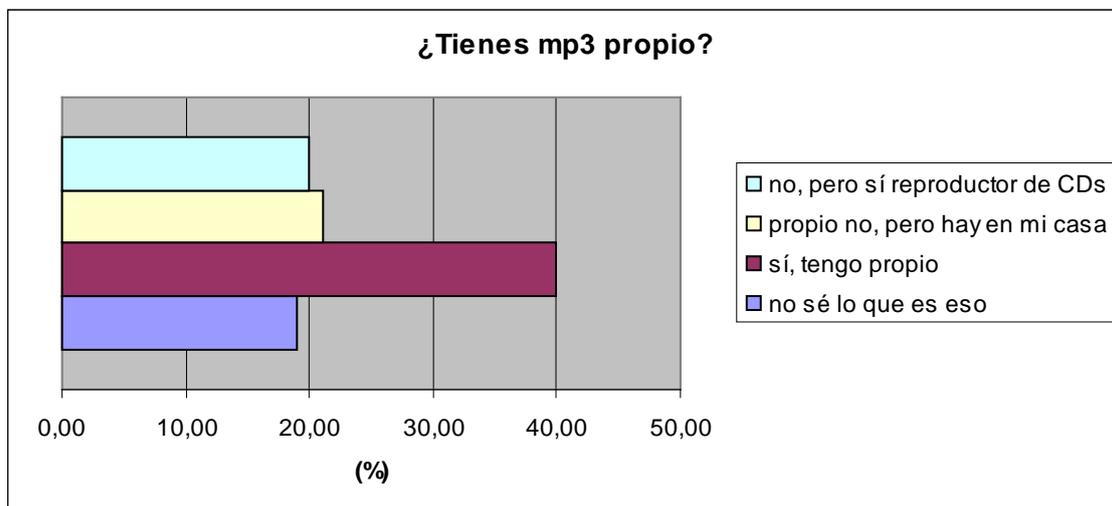
<sup>7</sup> La OCTA ha realizado un estudio titulado *¿Qué ven los menores de edad en horario de superprotección?*, los resultados es del incumplimiento generalizado de todas las cadenas y proponen al Gobierno que no haga dejación de sus obligaciones de vigilancia, control y sanción de contenidos televisivos.



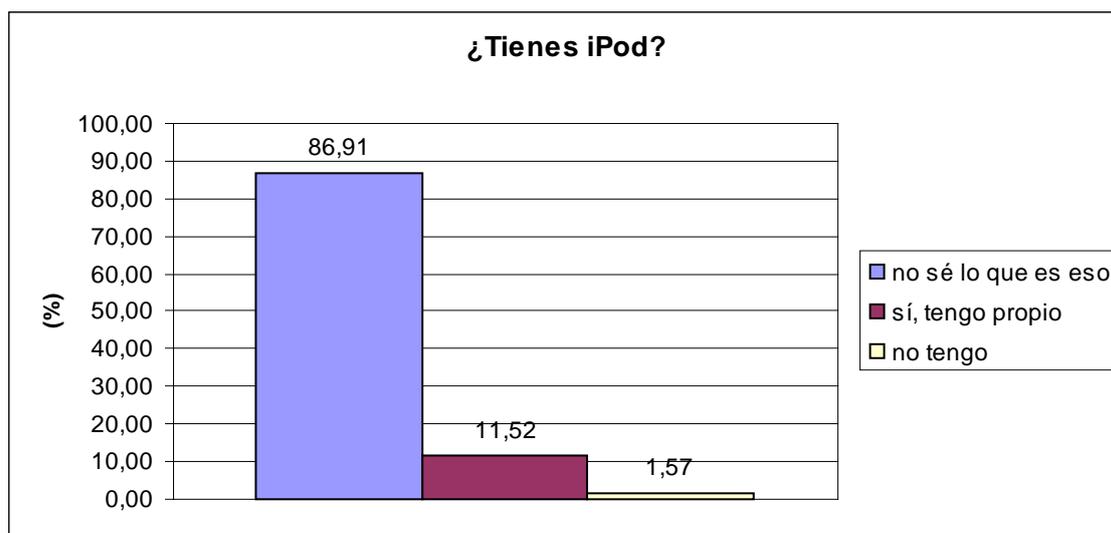
Gráfica 7

### 3.1.1.2. Sonido

Respecto al consumo de sonido los resultados de la encuesta confirman que más de un 80% de los chicos y chicas malagueños consultados tienen algún tipo de reproductor de sonido en su casa. Al menos un 39,58% de los niños oyen música en su dormitorio y lo hacen en cualquier momento incluido cuando estudian. Además poseen los nuevos aparatos para poder clasificar la música y oírla en el momento que lo deseen. Según la gráfica 8 el 40% tienen MP3 propio y un 21,50% tienen Mp3 en casa, y lo usan tanto cuando van por la calle como cuando están en casa. Las cifras bajan en la gráfica 9 considerablemente cuando les preguntamos si tienen i-pod, porque sólo un 11,52% lo tienen, y casi un 87% en el momento de la encuesta no sabía lo que era.



Gráfica 8



Gráfica 9

### 3.1.1.3. Ordenador

Este es uno de los puntos clave de la investigación, ya que nos proporciona una importante información para conocer los datos sobre las dimensiones de la Sociedad de la Información<sup>8</sup>. Por ello, en este apartado hemos dirigido nuestro estudio a averiguar la disponibilidad que tienen los chavales para acceder a la utilización del ordenador en su casa, al acceso a Internet, los usos y funciones que hacen de él, así como el tiempo que utilizan para navegar, y con quién se relacionan principalmente a través de la red. Para obtener esta información nos hemos ayudado de 13 preguntas.

Desde el punto de vista del equipamiento, consideramos que hay una necesaria observación a hacer. Si los padres no tienen ordenador en el hogar, se muestran desprendidos en adquirirlo en el momento que sus hijos lo demandan. Esta petición, normalmente, coincide cuando los chicos comienzan a trabajar con ordenador en el colegio.

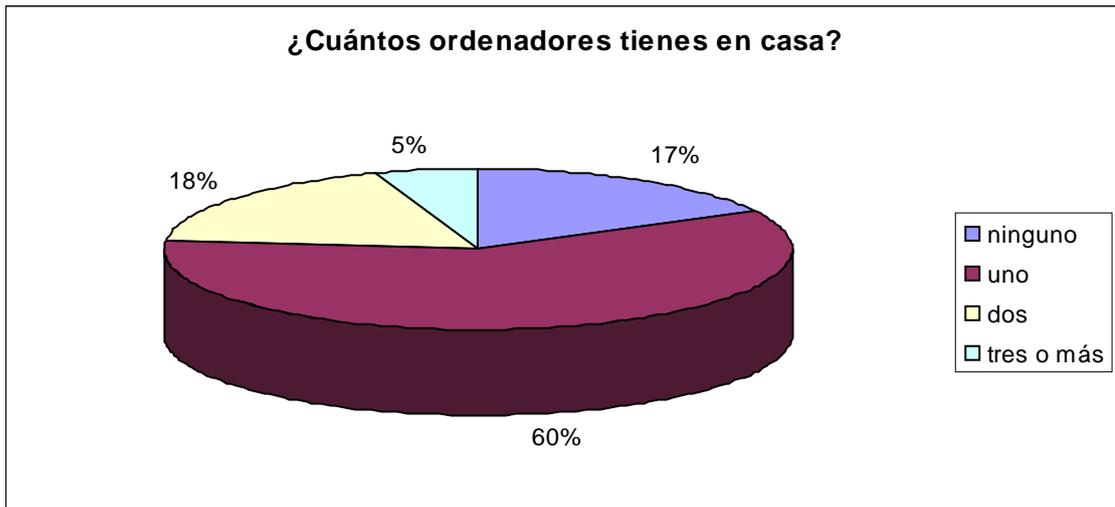
Por lo tanto, es demostrable, cuantificadamente, que el manejo en el colegio del ordenador es una forma de estímulo y motivación para su empleo posterior en casa.

Exactamente igual ocurre con Internet. Los niños piden la conexión a Internet cuando comienzan a navegar en el colegio o cuando los demás compañeros tienen conexión en casa y se la enseñan.

Para ubicar la situación de la muestra que estamos estudiando nos parece importante conocer una serie de datos que expongan la situación a nivel Estatal y de Comunidad Autónoma.

Según el Instituto Nacional de Estadística, la evolución del número de hogares españoles con ordenador en casa ha ido creciendo desde el año 2003 aunque el crecimiento se va ralentizando a medida que los hogares se dotan. Las cifras del año 2005 nos indicaban que más de la mitad de la población española tenía ordenador en casa, el número subía a 50,62%. Según la evolución de los últimos años, en el pasado 2006 es probable que la cifra haya ascendido a más de un punto y medio.

<sup>8</sup> Los estudios a nivel europeo y español que hemos consultado se remiten normalmente a hablar de 4 dimensiones fundamentales de la sociedad de la Información: disponibilidad de ordenador; número de usuarios, acceso a Internet y acceso a la red a través de líneas de alta velocidad. Nuestros objetivos no quedaban completos por eso nosotros hemos ampliado esta información en tres aspectos más.

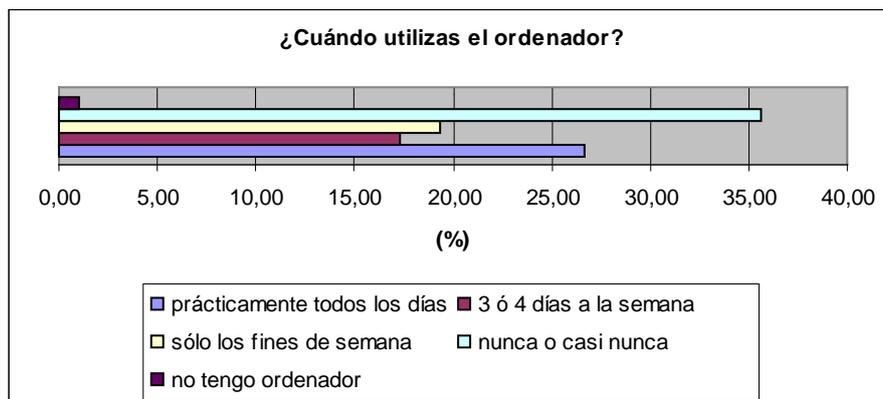


Gráfica 10

En el momento en que se obtuvieron los datos de nuestra encuesta (principios de 2007) y según la gráfica 10 el 82,81% de alumnos malagueños tiene ordenador en casa: casi un 60% de los alumnos de Málaga encuestados tienen uno, frente a un 17,19% que no tienen. Este porcentaje es casi el mismo que los niños que tienen dos ordenadores en sus hogares, que asciende poco más de un punto llegando a 18,23%; y sólo hay un 5,21% de alumnos consultados que tienen tres o más ordenadores.

Todos estos datos son significativos, si los comparamos con los indicadores de equipamiento de ordenares en la Comunidad Autónoma Andaluza, que no supera el 45,61 % o si lo hacemos con los datos del porcentaje total de los hogares españoles, vemos que el equipamiento que poseen nuestros alumnos es superior.

Según nos indica la gráfica 11 sobre el uso que se le da al ordenador, hay casi un 27% de los niños que tienen ordenador, que lo utilizan todos los días, y un 17,18% que lo hacen una media de tres o cuatro días a la semana y el resto sólo el fin de semana o nunca o casi nunca. Normalmente lo usan para jugar, pero también como herramienta productiva para hacer trabajos escolares, aunque sobretodo, para conectarse a Internet



Gráfica 11

### a. El uso de Internet

Según los datos proporcionados por eEspaña 2006, referidos a los niños españoles entre 10 y 14 años *los menores hacen cada vez mayor uso de Internet. La proporción de niños de entre 10 y 14 años que han utilizado Internet lleva creciendo constantemente en los últimos años, siendo la penetración de Internet en el segundo semestre de 2005 del 66% [...] Cómo es lógico, más del 50% de los niños tienen menos de dos años de experiencia con Internet. Sin embargo, un informe de Red.es indica que los niños navegan por la Red con mayor frecuencia que los adultos, observándose que es más probable que un hogar con niños se acceda a que en uno sin ellos.*

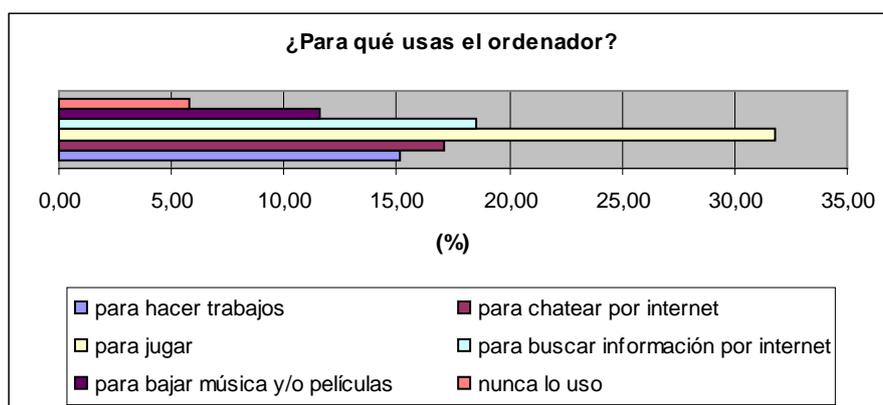
Vemos que en este caso, al igual que como indicábamos anteriormente respecto a la compra del ordenador, son los niños y los jóvenes los que marcan las pautas en la evolución familiar respecto a las nuevas tecnologías informáticas.

Una tercera parte del total de hogares de España dispone de acceso a Internet. Del total de hogares que con acceso a Internet se obtiene una ratio de 3.87 con acceso a ADSL por cada hogar con acceso a través de cable. De todas maneras debemos indicar que según los datos de los estudios consultados<sup>9</sup>, existen notables diferencias entre unas Comunidades Autónomas y otras. Así, durante el 2005, en valores absolutos, Cataluña va a la cabeza seguida de cerca de Madrid y Andalucía, que tenían en ese año 2.779.886, 2.539.019 y 2.246.505 personas respectivamente. Hay que indicar que estas tres comunidades representan el 50% del total de usuarios de Internet en España.

Centrándonos en nuestros alumnos malagueños les preguntamos directamente sobre el uso del ordenador, diciéndoles que señalaran todas las opciones necesarias entre las siguientes ofertas:

- a) para hacer trabajos
- b) para conectarse al Messenger
- c) para chatear
- d) para jugar
- e) para buscar información por Internet
- f) para bajar música
- g) para bajar películas
- h) por último los que nunca lo usan

Los resultados que se nos indican en la gráfica 12 demuestran que el porcentaje más alto corresponde a la respuesta d) para jugar, seguido de la respuesta e) buscar información en Internet.



Gráfica 12

<sup>9</sup> Estos datos se pueden consultar en Fundación France Telecom España. Madrid 2006.

Pero para interpretar correctamente estos resultados hay que tener en cuenta que el estudio lo estamos realizando con alumnos de edades comprendidas entre 6 y 15 años. A los pequeños todavía no se les exige que hagan trabajos de investigación. Además, hay que tener en cuenta que los profesores aconsejan a los niños de estas edades e incluso a los más mayores de secundaria, realizar los trabajos escritos a mano, prohibiendo, por regla general, que los entreguen a ordenador. Pero en los casos puntuales que deben llevar información extra al aula, todos recurren, pequeños y mayores, a Internet. La búsqueda de información a través de libros y enciclopedias ha quedado relegada a un segundo plano e incluso sustituida por la búsqueda a través de la red. La facilidad, rapidez e inmediatez que les proporciona Internet a la hora de buscar datos les resulta más cómodo y rentable. Incluso, los padres lo ven con buenos ojos porque les sale mucho más barato que comprar libros y enciclopedias. Lógicamente esto trae consigo otra serie de problemas como la calidad de la información y su veracidad, pero este es un asunto a tratar más adelante.

Otro hábito que parece que adquieren los niños desde edades tempranas es la descarga de música y películas.

Al igual que los adultos, los niños argumentan que la razón para descargarse de manera ilegal los CD, DVD y juegos, son los altos precios. De manera que el coste establecido en las descargas legales de música, a 0,99 euros por canción, es considerado caro. Al hilo de estos resultados aportamos el dato que proporciona un estudio de la Universidad Complutense de Madrid, que informa que los internautas españoles no están dispuestos a pagar más de 0,68 euros por canción descargada<sup>10</sup>.

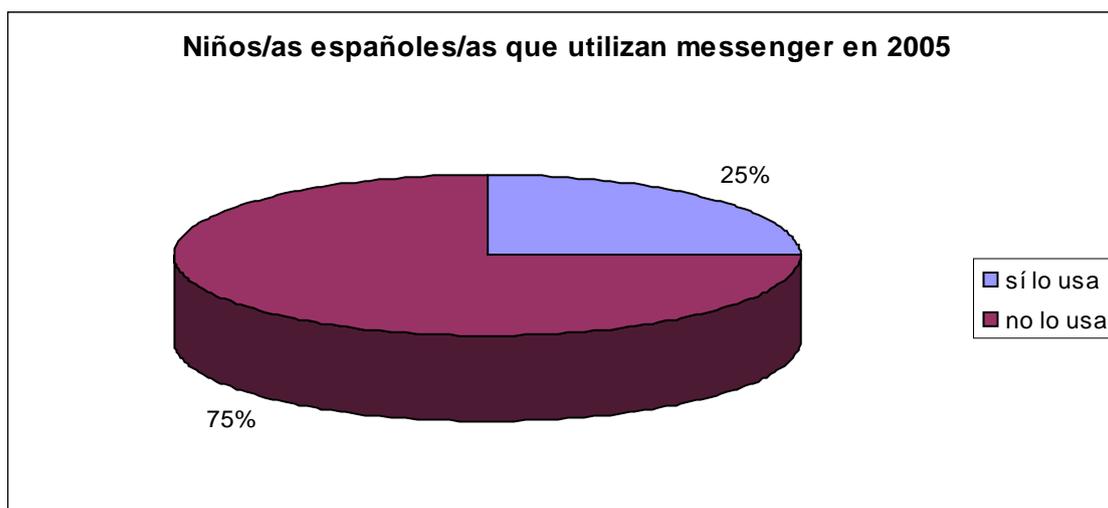
En cuanto a la mensajería instantánea, los chavales procuran ampliar su abanico de relaciones internautas y son usuarios tanto de Messenger, como de correo electrónico, así como de Chat. Aunque los datos nos indican que esta práctica la realizan en menor medida y que ha decaído en los dos últimos años en más de diez puntos porcentuales.

El porcentaje de chavales malagueños que utiliza el Messenger, 37%, es un poco superior a los resultados de 25% que se obtuvieron en el año 2005, del uso de esta práctica informática en los niños españoles (Gráficas 13 y 14).



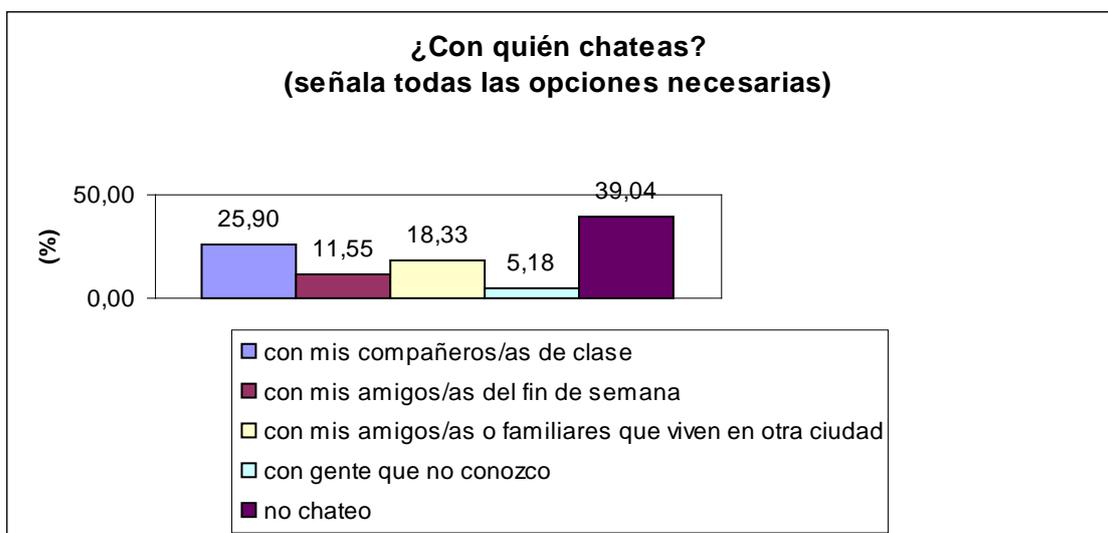
Gráfica 13

<sup>10</sup> Opus. Cit. Pág. 112



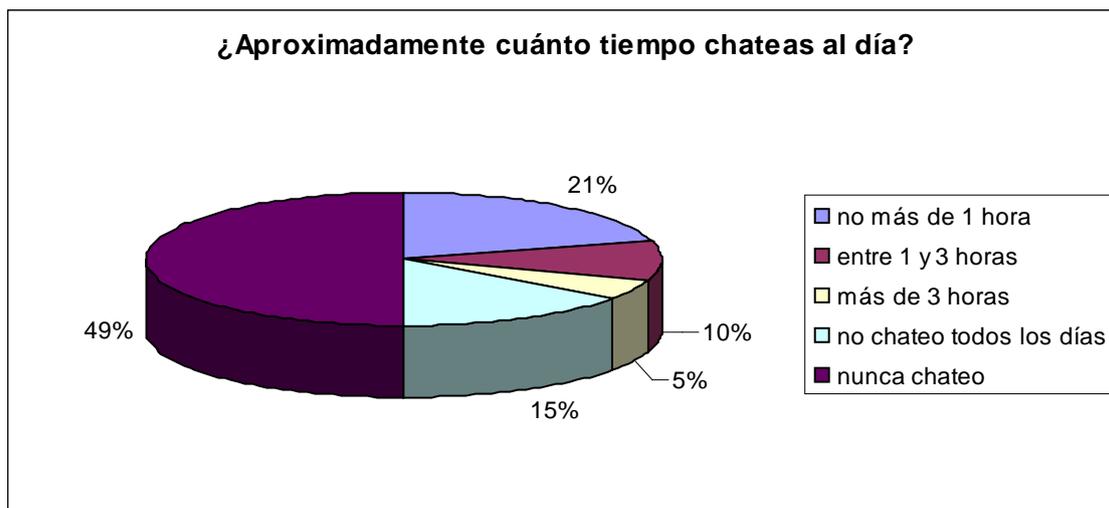
Gráfica 14

Esta actividad (Gráfica 15), curiosamente, la realizan principalmente con los compañeros de clase, de manera que cuando llegan a casa continúan "charlando" con sus amigos y compañeros del colegio. En segundo lugar utilizan el Messenger para conectarse con los amigos y familiares que viven en otra ciudad; a continuación con los amigos del fin de semana y por último sólo un 5,18% lo hacen con personas desconocidas.



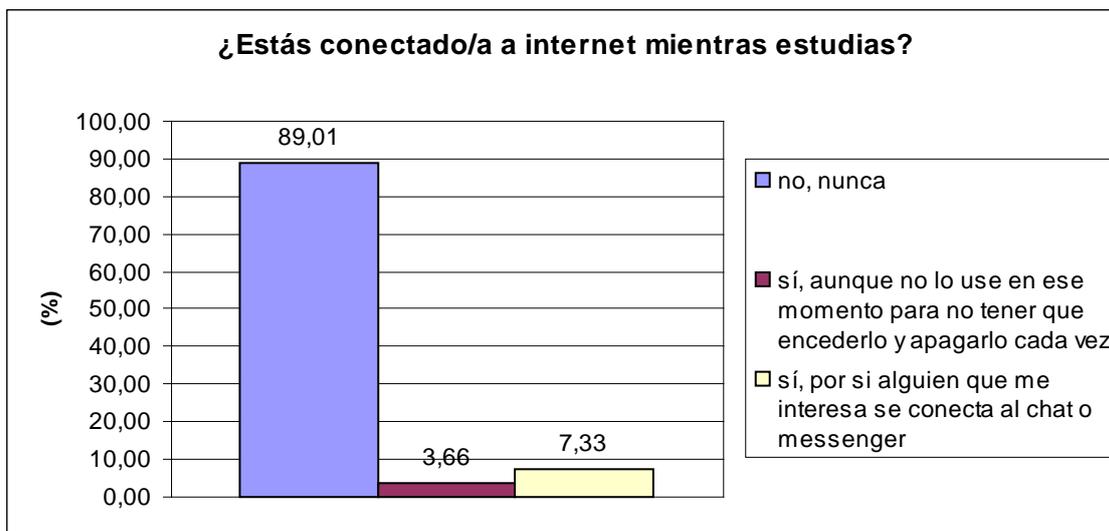
Gráfica 15

Sí nos parece importante conocer este hábito por la cantidad de muchachos que lo emplean, el otro dato necesario de advertir es el del tiempo que diariamente usan en relacionarse a través de ésta técnica. (Gráfica 16)



Gráfica 16

A la pregunta de *¿Aproximadamente cuánto tiempo estás conectado a través del Messenger al día?*, del casi 37% de niños que utilizan el ordenador para conectarse al Messenger, hay un 20,83 % que lo hacen todos los días alrededor de 1 hora. Casi un 10% emplea entre 1 y 3 horas; un 4,63 % están muy enganchados, ya que emplean más de tres horas al día. Por el contrario, también hay un 36% de niños que no utilizan el Messenger ni chatean todos los días.



Gráfica 17

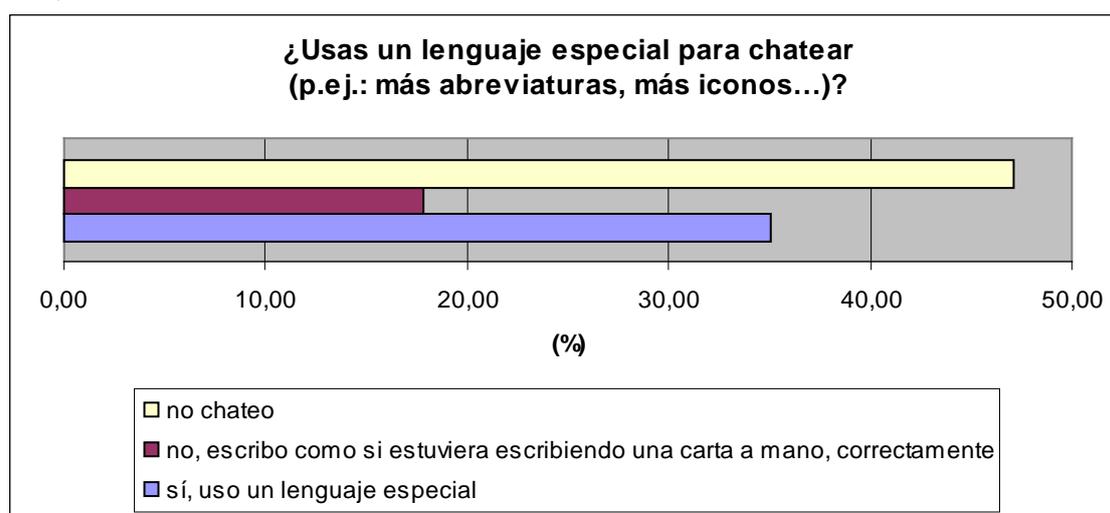
Sospechábamos que había niños que en el horario para hacer deberes estaban con el ordenador encendido y posiblemente conectados a Internet. Por lo tanto, como nos muestra la gráfica 17, este dato lo queríamos registrar y les formulamos la siguiente pregunta: *¿Estas conectado/a a Internet mientras estudias?*:

- a) No, nunca
- b) Sí, aunque no la use en ese momento para no tener que encenderlo y apagarlo cada vez
- c) Sí, por si alguien que me interesa se conecta al Chat o al Messenger

Un 89,01% nunca se conectan mientras hacen los deberes o estudian. Sólo contestaron a la segunda opción un 3,66%; y en cambio, hay un 7,33% que la relación que establecen a través del Messenger o del Chat es tan importante, que están conectados mientras hacen los deberes o estudian.

Otra pregunta formulada es: *¿Usas un lenguaje especial para el Messenger y el Chat (por ejemplo: más abreviaturas, más iconos...)?*, las opciones de las respuestas son (Gráfica 18):

- Sí, uso un lenguaje especial
- No, escribo como si estuviera escribiendo una carta a mano, correctamente.
- No chateo.



Gráfica 18

Los alumnos a estas edades han respondido la opción b) un 17,80%. Como nos ha parecido un porcentaje muy alto hemos consultado los datos del siguiente grupo de edades, 15 a 18 años, con el que aún estamos trabajando, y creemos que esta práctica se va perdiendo a favor, según los datos que estamos barajando, del uso de un lenguaje abreviado, con iconos y símbolos. La evolución de dicho cambio creemos que se empieza a gestar a entre los doce y 15 años (Gráfica 18).

A estos datos sobre la mensajería instantánea, no debemos olvidar añadir el uso del SMS a través del teléfono móvil.

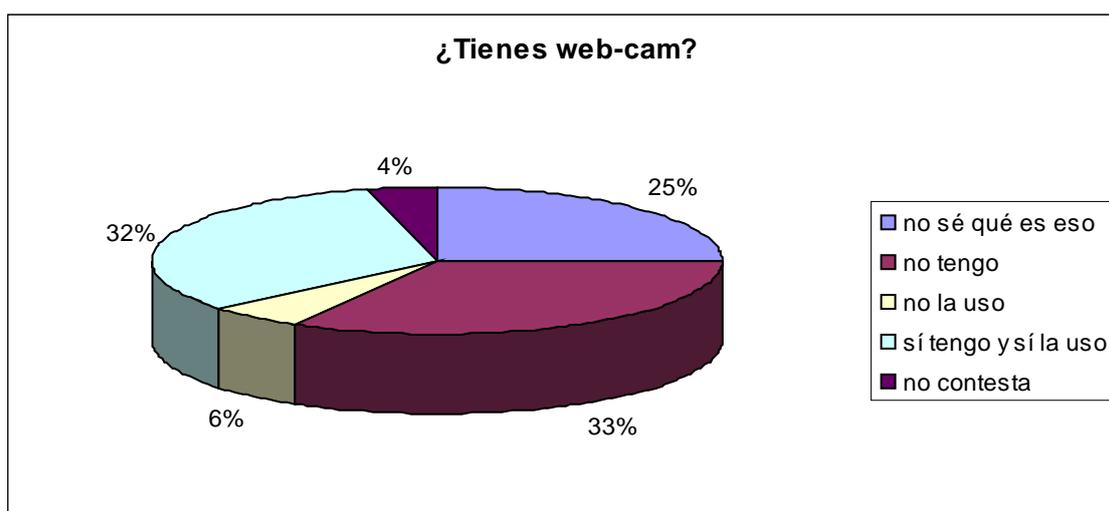
Los chavales necesitan socializarse y han desarrollado los hábitos de comunicación con todos los instrumentos que tienen a su alcance. El poseer un teléfono móvil es un logro que en parte les independiza de sus padres y en cierto grado privatiza su intimidad, permitiéndoles una relación entre sus amigos, con códigos nuevos y distintos que se transmiten entre ellos. Por esto, prácticamente un 100% de los niños que tienen móvil lo tienen a su lado mientras estudian. Si les mandan un SMS lo leen y contestan, además se mandan “toques” o “llamadas perdidas” constantemente.

Todo ello obedece a una función de socialización propia de su edad. Para ellos comienza a ser muy importante los amigos y la pandilla. Se trata de un periodo de la vida en el que van buscando un grupo de amigos con los que identificarse y compartir intereses. De tal manera que la mensajería instantánea, se utiliza para anudar esos lazos de amistad.

Aunque ahora no vamos a hablar de los adolescentes mayores de 15 años y de los adultos (cuya investigación estamos llevando a cabo y no está concluida), sí podemos adelantar que estos usos de la mensajería instantánea se mantienen y se matizan sus fines en las siguientes fases de la

vida. De tal forma, que en la adolescencia aunque continúa siendo una herramienta de gestión de redes sociales, también comienzan a utilizarlo con propósitos sentimentales (romances)<sup>11</sup>.

Volviendo a centrarnos en el ordenador e Internet, también hemos hecho la consulta de si tienen web-cam. (Gráfica 19). Un 25% todavía no sabe lo que es eso, mientras que el 33,23% sabe lo que es pero no tiene y un 32,28% sí tiene y sí la utiliza. También hay un 5,72% que aunque sí tiene no la usa.



Gráfica 19

Para ir terminando este apartado les preguntamos si tienen una web-blog propia, más de la mitad no sabían lo que era eso, y sólo un 11,64% tenía una propia, porcentaje que no nos parece nada bajo ya que es una práctica muy reciente y que hay que tener en cuenta que los chavales consultados son muy pequeños. (Gráfica nº 20).

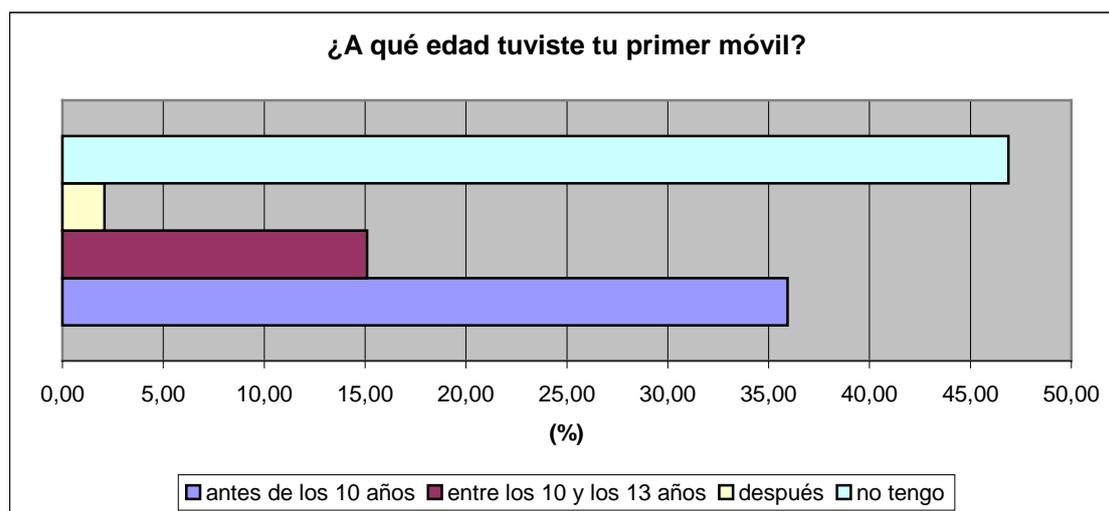


Gráfica 20

<sup>11</sup> La Universidad de York en colaboración con MSN (Messenger de Microsoft), ha realizado un estudio sobre un grupo de 84 personas de Reino Unido, Alemania, España y Países Bajos, la muestra se hacía a 42 mujeres y 42 hombres, divididos en grupos de edad. Los jóvenes correspondían a edades entre 15 y 18 años; y los adultos entre 23 y 45 años, a los que de acuerdo con unos criterios metodológicos se les pedía que guardaran y registraran todas sus llamadas y mensajes durante una semana. En España participaron 24 personas: 12 mujeres y 12 hombres.

### 3.1.1.4. Telefonía móvil

El porcentaje de chavales malagueños con teléfono móvil propio, según vemos en la gráfica 21, asciende a una cifra nada despreciable, algo más de la mitad. Otro dato que nos ayuda a conocer la realidad es el que alrededor de un 15% tienen su primer móvil entre los 10 y 13 años. Pero más asombroso es que un 35,94% de chavales han tenido su primer móvil antes de los 10 años.



Gráfica 21

A colación de estos datos, podemos recordar que en el año 2004 España ya había alcanzado valores superiores al 90% de hogares con teléfono móvil. Mientras que la telefonía fija se viene manteniendo con un ligero descenso de un punto desde el año 2000, la evolución de las tasas de penetración de la telefonía móvil en nuestro país ha ido ascendiendo desde ese año que tenía un 61% hasta un 92%, en el año 2005. Por lo tanto, podemos indicar que las previsiones de crecimiento de telefonía móvil en España son moderadas, porque los índices son tal altos que alcanzan prácticamente la saturación.

En el momento en el que la navegación por Internet desde el móvil se haya generalizado, la gran base de usuarios de telefonía celular en España supondrá un importante impulso a la Sociedad de la Información.

## 4. Conclusiones

Como hemos ido observando con el estudio realizado, desde niveles muy bajos de la enseñanza primaria los alumnos no sólo muestran un gran interés en el uso de las nuevas tecnologías y, más concretamente, en el software y en Internet, sino que además tienen una mayor capacidad que sus docentes para usarlo. Por esta razón, desde la comunidad educativa hay ecos desde hace tiempo de la necesidad de un nuevo panorama educativo, donde tenga lugar una incorporación masiva de los centros al software libre y a las plataformas en la que distintos proyectos educativos comparten los beneficios de un mismo trabajo mediante la conexión a la red.

A sabiendas de lo difícil que resulta esta incorporación de la que hablamos, entre otras cosas por la negativa de un gran sector del profesorado a engancharse al avance, por miedos o por desidia,

no podemos hacer la vista gorda ante un autoaprendizaje, por parte de nuestros jóvenes, incorrecto y falto de contenidos verdaderamente interesantes, resultado de los intereses de las grandes empresas de comunicación.

A la vista de los resultados, nuestros alumnos y alumnas más pequeños, ya sean de clase media baja o media alta, están bastante bien equipados en casa, siendo aún el aparato estrella el televisor, seguido de cerca por los videojuegos y el ordenador. El hecho de que muchos de ellos tengan el ordenador o la tele en su cuarto o que la vean en muchas ocasiones solos y sin demasiadas prohibiciones, está volviendo a los jóvenes cada vez más solitarios, indefensos y aislados ante la información (o desinformación) que reciben. Además, gracias a la tecnología, todo es cada vez más accesible, los aparatos son extensiones de sus cuerpos para que vivan su propia vida en los videojuegos, el chat o los "realities".

Sin embargo, y como decíamos antes, esta situación en las casas no se corresponde con el equipamiento que encontramos en los centros educativos, paradójicamente, lugar de formación integral de la persona. El acceso a Internet de los centros no TIC es minoritario, ciñéndose, en la mayoría de los casos, a su uso para tareas administrativas. Y está por ver (es algo novedoso, al menos en Andalucía) si el acceso a la red por parte de los centros TIC se limita a un simple soporte de los recursos educativos en vez de a algo más amplio, como decíamos al principio de estas conclusiones.

En consecuencia, el pensamiento crítico de nuestros alumnos y alumnas se desvanece, las posibilidades de conocimiento, a pesar de lo global de nuestros medios, se reducen y la libertad se pierde. La única solución es la alfabetización mediática, cuyos preliminares deben dedicarse a docentes y familias. Así, se podrá explotar todo lo bueno que los medios pueden aportar, que es mucho.

Ya ha nacido el Consejo Audiovisual de Andalucía (diciembre de 2004, BOE de 14 de enero de 2005), cuyos resultados todavía están por estudiar. Sin perjuicio de una profunda reflexión sobre el respeto a la libertad de expresión, seguramente la aceleración en la creación del nuevo Consejo Estatal de los Medios Audiovisuales para paliar el incumplimiento del Código de Autorregulación, hará un gran favor a nuestros jóvenes, aunque esta medida, como se ha visto, será insuficiente.

Nosotros creemos que nada está reñido, que todo tiene cabida, que el cambio y la modificación de hábitos y costumbres se ha producido y continúa evolucionando.

Por lo tanto, consideramos que hay que tener una actitud responsable ante esta nueva realidad y conocer lo mejor posible cuáles son los usos que los jóvenes hacen de las nuevas tecnologías y medios de comunicación audiovisuales. Su educación y formación debe ser completa, ya que es imprescindible para conformar una sociedad de ciudadanos responsables, justos y felices.

## Bibliografía

- Annual INNOVATION Policy Trends and Appraisal Report, Spain (2004-2005). European Trend Chart on Innovation, European Comisión, Enterprise Directorate- General.
- Arundel, A., (2004): *Trend Chart Statistical Paper Series. IB Results*, European Trend Chart on Innovation, European Comisión, Enterprise Directorate General.
- Bibel, W. (2005), *Information Technology*. [http://www.Cordius.Lu/foresight/convergence\\_2005.htm](http://www.Cordius.Lu/foresight/convergence_2005.htm), septiembre.
- Communication and networking 2005 in Spain, Open BC, 2005.
- España 2006. Informe anual sobre el desarrollo de la Sociedad de la Información en España*. Fundación France Telecom. España

- Estudio sobre Internet en España*, Fundación BBVA, diciembre 2005.
- Las TIC en los hogares Españoles*. Novena oleada. Observatorio de las Telecomunicaciones y la sociedad de la Información. Red.es, III trimestre 2005.
- The New Organisation, *The Economist*, January 19th, 2006.  
<http://www.economist.com/surveys/displaystory.cfm>
- Aparici, Roberto (coord.), (2003): *Comunicación educativa en la sociedad de la información*. Madrid. Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Castaño Collado, Cecilia y Román del Río, Carlos, (2002): *Andalucía ante la sociedad de la información*. Sevilla. Instituto de Desarrollo Regional. Consejo Económico y Social de Andalucía. D.L.
- Dede, Chris (compilador), (2000): *Aprendiendo con tecnología*. Buenos Aires. Paidós.
- González Radio, Vicente (coord.), (1999): *Usos y efectos de la comunicación audiovisual: Jornadas sobre la comunicación audiovisual de la Facultad de Sociología*. A Coruña. Universidade da Coruña, D.L.
- Gutiérrez Martín, Alfonso, (2003): *Alfabetización digital: algo más que ratones y teclas*. Barcelona. Gedisa.
- Junta de Andalucía, Instituto de fomento, (2001): *Guía de la comunicación visual en Andalucía*. Sevilla.